

Planung und Durchführung

Programmheft: Einnahmequelle oder Steuerfalle

Je nach Veranstaltungsqualität sollte das erste Grußwort vom Bundespräsidenten, Bundeskanzler, von einem Bundesminister, Ministerpräsident, Landesminister, Bundestagsabgeordneten, Landtagsabgeordneten, Landrat, Bürgermeister, Verbands- oder Kammerpräsident oder einem Amtsleiter sein. Ein Vorlauf von 6 Monaten ist bei Großveranstaltungen normal. Das Redaktionsteam muss festgelegt, Manuskripteingang muss terminiert sein und die beteiligten Schreiber inhaltlich und terminmäßig gebrieft werden. Bereits an dieser Stelle kann man Zeit und Kosten sparen, wenn man den Autoren das Format und den Satzspiegel (Wieviel Zeichen pro Zeile, wieviel Zeilen pro Seite) mitteilen kann. Wenn Sie die Manuskripte in Word auf Datenträger erhalten, spart das weitere Arbeit. Die Drucker sind in der Lage, die Texte in Ihr Programm zu konvertieren.

Bestimmen Sie das Format. DIN A4 oder DIN A5 sind anzuraten, da Inserenten/Sponsoren Lithos in diesen Größen vorrätig haben.

Der redaktionelle Anteil sollte den Schwerpunkt stellen. Anzeigen sollten maximal 40 - 45 % betragen, sonst laufen Sie Gefahr einen Anzeigenfriedhof zu erstellen. Farbige Anzeigen helfen unser Programmheft auch im redaktionellen Teil farblich aufzupeppen. Fragen Sie bei Ihrem Drucker, welchen Nutzen (wieviel Seiten auf einem Bogen) er druckt und stimmen Sie den 1c (schwarz-weiß) und 4c (farbig) Anteil ab. Holen Sie sich verschiedene Angebote ein. Vereinbaren Sie alles schriftlich. Achten Sie auf Termintreue und Druckqualität. Bestimmen Sie die Papierqualität für Innenteil und Umschlag. Besprechen Sie die Heftung. Ermitteln Sie die Preise in Abhängigkeit der Auflagenhöhe. Bestimmen Sie den Abgabetermin der Manuskripte. Stimmen Sie das Layout ab. Bestimmen Sie das Format des Programmheftes.

Erstellen Sie einen Anzeigenspiegel und bestimmen Sie die Anzeigenpreise. Die 1 Umschlagseite (Titelseite) sollte höchstens den Titelsponsor berücksichtigen, die 4 Umschlagseite (Rückseite des Heftes) ist für Werbepartner die interessanteste und damit die kostenintensivste Werbeseite, gefolgt von den Mittelseiten und der 2 und 3 Umschlagseite. Wenn möglich achten Sie darauf, dass die Anzeigen nicht direkt über den Verein abgewickelt werden, da dies wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb ist (siehe Steuern), sondern beauftragen Sie eine Agentur oder den Drucker mit der Abwicklung.

Prüfen Sie, ob das Programmheft kostenfrei oder mit einer Schutzgebühr verkauft werden soll. Wollen Sie es nur an Gäste, Medien und Zuschauer austeilen oder unter Imagegesichtspunkten auch anderen Institutionen, Geschäften, Personen weitergeben. Bei Ärzten, Krankenkassen, Sportamt, Kindergärten, Schulen/Universitäten und Weiterbildungseinrichtungen wird man gerne Ihre Publikation auslegen. Damit erhöhen Sie Ihre Kontaktzahlen erheblich, was die Sponsoren und Inserenten freuen wird.

